

**PRIORITAS PEMASARAN PRODUK PENDANAAN (FUNDING)
PADA PT. BANK BRI SYARIAH KCP METRO – LAMPUNG DENGAN PENDEKATAN
ANALITICAL HIERARKHI PROCESS (AHP)**

Fitriani

Universitas Muhammadiyah Metro

fitriasrin2606@gmail.com

FIDUSIA

*Jurnal Ilmiah Program
D3 Keuangan dan
Perbankan*

**ISSN Cetak : 2621-2439
ISSN Online : 2621-2447**

Kata Kunci.
BRISyariah, AHP.

ABSTRACT

BRISyariah merupakan salah satu bank syariah besar yang ada di Indonesia. dan memiliki banyak kantor cabang dan kantor cabang peembantu yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya Bank BRISyariah KCP Metro Lampung. Penghimpunan dana pihak ketiga perbankan syariah masih tertekan atau didominasi perbankan konvensional. Maka dari pada itu bank BRI Syariah membuat produk-produk unggulannya untuk dapat bersaing dengan perbankan konvensional. Tujuan penelitian ini dapat mengidentifikasi prioritas pemasaran produk BRISyariah agar dapat bersaing dalam pihak pendanaan khususnya di Provinsi Lampung. Dalam penentuan prioritas produk BRI syariah dari segi Dana Pihak Ketiga diolah dengan menggunakan pemilihan kriteria yang di nilai atau multikriteria, maka dalam penyelesaiannya di perlukan sistem pendukung keputusan multikriteria. Salah satu metode system pendukung keputusan yang multikriteria adalah Analytical Hierarchy Process (AHP). Data yang dihasilkan dari wawancara langsung dan pengisian kuisioner diolah dengan menggunakan software Expert Choice 11.

Kata Kunci. BRI Syariah, AHP.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia perbankan yang sangat pesat saat ini kita rasakan. Perbankan bukan saja dikelola dengan sistem konvensional saja seperti dahulu tetapi juga dikelola dengan sistem syariah atau sesuai dengan syariat Islam. Perkembangan Perbankan syariah begitu pesat di Indonesia hal ini ditandai dengan banyaknya bermunculan bank-bank umum syariah maupun unit usaha syariah yang dimiliki oleh bank-bank konvensional. Sama halnya dengan Bank Konvensional, Bank Syariah juga memiliki fungsi yang sama yaitu *financial intermediary* yang artinya bank menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan kembali ke masyarakat. Keberadaan bank syariah di masyarakat Indonesia menawarkan solusi alternatif bagi masyarakat untuk menyimpan dana dan mendapatkan dana berupa kredit yang dikelola dengan cara syariah.

Indonesia merupakan negara muslim terbesar, penduduk Indonesia berkisar 250 juta jiwa yang 88% adalah penganut muslim,[1] sehingga Indonesia boleh disebut sebagai pangsa pasar terbesar perbankan syariah. Bank Indonesia bersama kalangan perbankan syariah optimis hingga 2014 mampu meraih 20% pangsa pasar syariah di Indonesia dan mampu menjadi tuan rumah di negeri sendiri di tengah serbuan perbankan asing yang masih menguasai sebagian bank-bank di Indonesia.

Dalam catatan OJK, bahwa keseluruhan aset perbankan syariah masih sangat jauh jika dibandingkan dengan perbankan konvensional. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat hingga akhir Januari 2017 total aset perbankan syariah baru mencapai 5,18% terhadap total aset industri perbankan nasional. Catatan tersebut membuktikan bahwa akhirnya perbankan syariah bisa keluar dari jebakan 5% yang awal kemunculan perbankan syariah hingga tahun 2016 belum mencapai 5%.

BRISyariah merupakan salah satu bank syariah besar yang ada di Indonesia. BRISyariah memiliki banyak kantor cabang dan kantor cabang pembantu yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya Bank BRISyariah KCP Metro Lampung. Menurut wawancara langsung dengan Pimpinan, BRISyariah menempati ranking ketiga dalam bank syariah terbaik di Indonesia setelah Bank Syariah Mandiri dan Bank Muamalat Indonesia. Sama halnya dengan bank lain, BRISyariah juga memiliki produk yang dijual diantaranya produk Pendanaan (*Funding*) dan produk pembiayaan (*Lending*).

Penghimpunan dana pihak ketiga perbankan syariah masih tertekan atau didominasi perbankan konvensional. Hal ini banyak diakibatkan kenaikan suku bunga BI (*BI Rate*) yang mendorong kenaikan suku bunga DPK perbankan konvensional. Sehingga nasabah mengalihkan simpanannya dari bank syariah ke bank konvensional. Maka dari pada itu bank BRI Syariah membuat produk-produk unggulannya yang dapat menyaingannya. Terlebih lagi masih banyaknya masyarakat Indonesia yang terbiasa dan sudah menjadi nasabah Bank Konvensional sejak lama. Hal ini menyebabkan bank syariah kesulitan untuk mencari dana pihak ketiga (*funding*). Oleh hal di atas diperlukan suatu strategi pemasaran untuk memudahkan BRISyariah KCP Metro menentukan prioritas mana produk yang akan dijual jika dilihat dari keadaan Kota Metro sendiri.

Dalam penentuan prioritas produk BRI syariah dari segi Dana Pihak Ketiga, diolah dengan menggunakan pemilihan kriteria yang di nilai atau multikriteria, maka dalam penyelesaiannya di perlukan sistem pendukung keputusan multikriteria. Salah satu metode sistem pendukung keputusan yang multikriteria adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Data yang dihasilkan dari wawancara langsung dan pengisian kuisioner diolah dengan menggunakan *software Expert Choice 11*.

METODE PENELITIAN

A. METODE PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan sampel *nonprobability sampling* yang artinya teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari Kuisioner dan wawancara langsung dari

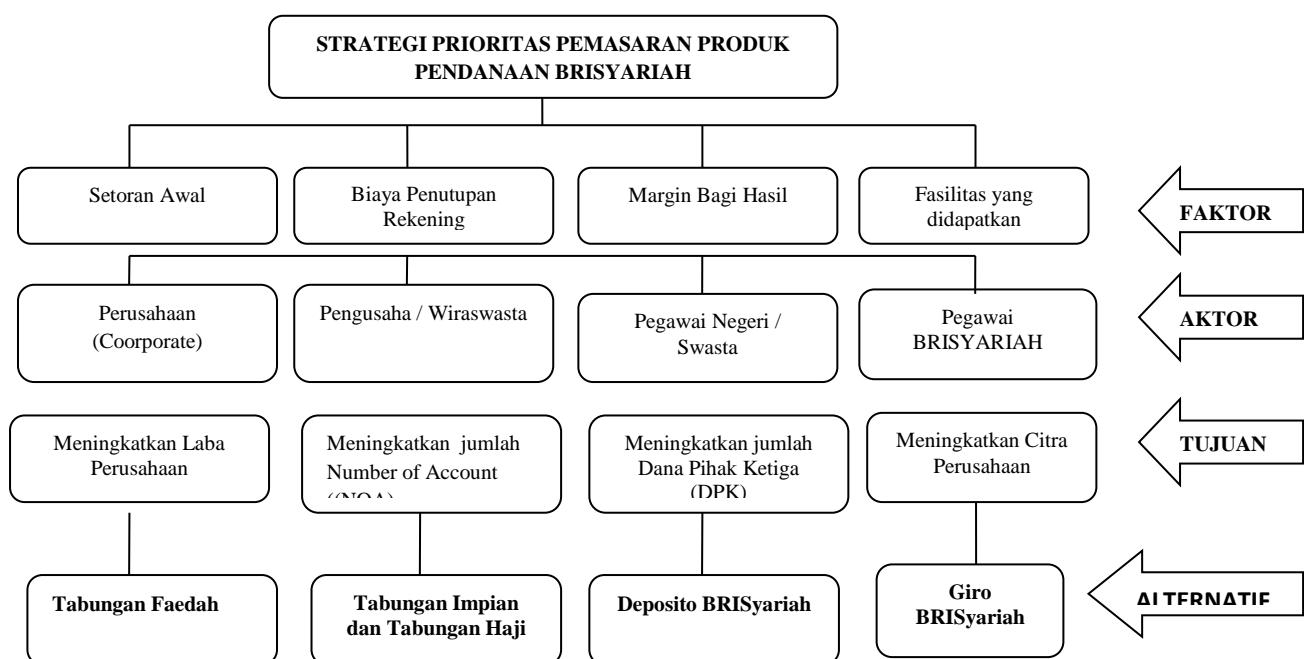
pihak BRISyariah dan Aktor dalam penentu strategi. Sedangkan data sekunder diperoleh studi pustaka, literatur-literatur dan data yang dimiliki BRISyariah.

B. ANALISIS DATA

Penentuan prioritas pemasaran produk didapatkan dari analisis yang dilakukan dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dikembangkan oleh Thomas L. Saaty pada tahun 70 – an ketika di Warston school. Metode AHP merupakan salah satu metode yang dapat digunakan dalam sistem pengambilan keputusan dengan memperhatikan faktor – faktor persepsi, preferensi, pengalaman dan intuisi. AHP menggabungkan penilaian – penilaian dan nilai – nilai pribadi ke dalam satu cara yang logis.

Analytic Hierarchy Process (AHP) dapat menyelesaikan masalah multikriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari pengisian kuisioner diolah dengan bantuan *software Expert Choice 11*.

Berikut merupakan model hierarkhi keputusan sebagai dasar penulis menentukan produk prioritas pemasaran.



Gambar 1. Struktur Hierarkhi

Dibawah ini merupakan pedoman pemberian penilaian dengan matrik perbandingan berpasangan dari model hierarkhi diatas. (Tabel 1)

Tabel 1. Skala Dasar AHP dalam Perbandingan Berpasangan

Intensitas Kepentingan Nya	Definisi	Penjelasan
1	Kedua elemen sama pentingnya	Dua elemen menyumbangnya sama besar pada sifat itu
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting ketimbang yang lainnya	Pengalaman dan pertimbangan sedikit menyokong satu elemen atas yang lainnya
5	Elemen yang satu esensial atau	Pengalaman dan pertimbangan

	sangat penting ketimbang elemen yang lainnya	dengan kuat menyokong satu elemen atas elemen yang lainnya.
7	Satu elemen jelas lebih penting dari elemen yang lainnya	Satu elemen dengan kuat disokong, dan dominannya telah terlihat dalam praktek.
9	Satu elemen mutlak lebih penting ketimbang elemen yang lainnya	Bukti yang menyokong elemen yang satu atas yang lain memiliki tingkat penegasan tertinggi yang mungkin menguatkan
2,4,6,8	Nilai-nilai diantara dua pertimbangan yang berdekatan	Kompromi diperlukan antara dua pertimbangan
Kebalikan	Jika untuk aktifitas i mendapat satu angka bila dibandingkan dengan suatu aktifitas j , maka j mempunyai nilai kebalikannya bila dibandingkan dengan aktifitas i .	

Sumber: (Saaty, 1991)

Selain hirarki dan prioritas, prinsip dasar ketiga AHP adalah konsistensi logis. Maksud dari konsistensi logis adalah penilaian konsisten seseorang ketika memutuskan sesuatu. Padahal pada dasarnya, manusia memiliki pemikiran logis. Dengan pemikiran logis tersebut, manusia dapat menguraikan suatu masalah kompleks menjadi bagian-bagian dengan prioritas secara logis.

Tabel 2. Matriks Perbandingan Berpasangan

C	A_1	A_2	A_3	A_n
A_1	a_{11}	a_{12}	a_{13}	a_{1n}
A_2	a_{21}	a_{22}	a_{23}	a_{2n}
.....
A_n	a_{n1}	a_{n2}	a_{n3}	A_{nn}

Suatu penilaian skala AHP dikatakan konsisten jika pembobotan skala pada sepasang pilihan tidak menyimpang dengan skala pembobotan dengan pilihan yang lain. Misalkan seorang ahli memberipenilaian bahwa produk A lebih disukai 3 kali daripada produk B, dan produk B lebih disukai 2 kali daripada produk C, maka ahli tersebut harus memberikan nilai bahwa produk A lebih disukai 6 kali dari produk C. Berikut ini adalah rumus-rumus yang digunakan untuk mengukur konsistensi penilaian. Untuk mengukur konsistensi perbandingan berpasangan digunakan rasio konsistensi atau *Consistency Ratio* (CR). Rasio konsistensi merupakan perbandingan *Consistency Index* (CI) dengan rata-rata *Random Index* (RI).

Rumus Consistency Ratio (CR):

$$CR = \frac{CI}{RI}$$
$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1}$$

Dimana:

CI = Indeks konsistensi (deviasi dari konsistensi)_

λ_{\max} = nilai eigen maksimum

N = ukuran matriks

RI = random indeks (indeks konsistensi dari matriks resiprokal)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. PRODUK SIMPANAN BRISYARIAH

Produk Simpanan (*Funding*) di BRISyariah terdiri dari Tabungan Faedah, Tabungan Haji, Tabungan Impian, Simpanan Pelajar, Simpanan Faedah, Giro Faedah dan Deposito BriSyariah. Berikut keterangan dari masing – masing produk :

Tabel 2. Jenis Simpanan di BRISyariah

NO	Jenis Simpanan	Setoran Awal	Biaya Tutup Rekening	Keterangan
1	Tabungan Faedah	Rp. 100,000	Rp. 25,000	Diberikan ATM dan dana dapat ditarik sewaktu – waktu.
2	Tabungan Haji	Rp. 50,000	Rp. 25,000	Dana tidak dapat di tarik sewaktu-waktu
3	Tabungan Impian	Rp. 50,000	Rp. 50,000	1. Setoran rutin bulanan minimal Rp. 50,000 2. Jangka Waktu 12 – 240 bulan (kelipatan 12 bulan)
4	Simpanan Faedah	Rp. 500,000,000	Rp. 100,000	1. Pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah dan jangka waktu yang disepakati antara Bank dengan Nasabah. 2. Jangka waktu 7, 14, 21, 28 hari.
5	Simpanan Pelajar	Rp. 1,000	Rp. 1,000	Diperuntukkan bagi Pelajar dan mendapatkan ATM.
6	Giro Faedah	Rp. 2,500,000 (Perorangan) Rp. 5,000,000 (Perusahaan/ Badan)	Rp. 25,000	1. Diberikan ATM bagi nasabah Giro Perorangan 2. Diberikan Rekening Koran dalam bentuk e-statement dan hardcopy (dikenakan biaya)
7	Deposito BRISyariah	Rp. 2,500,000	Rp. 100,000	1. Jangka waktu penempatan 1,3,6, dan 12 bulan.

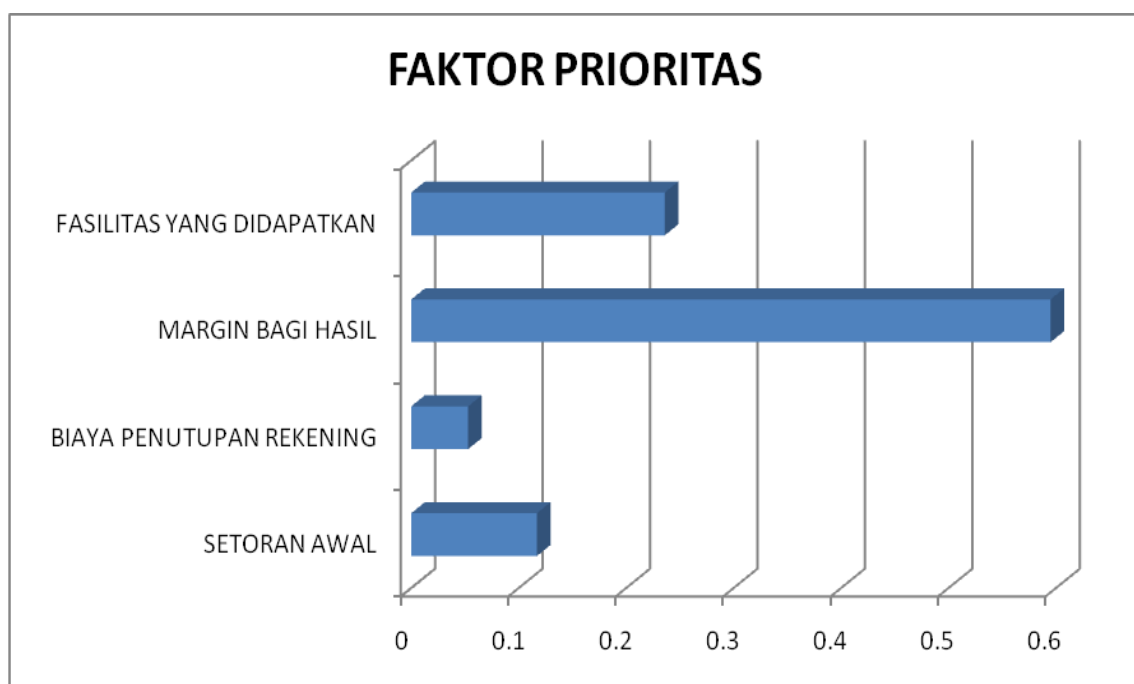
				2. Kisaran Nisbah bagi hasil 1 bulan 41 % 3 bulan 42 % 6 bulan 43 % 12 bulan 43 %
--	--	--	--	---

Sumber : Data dan Wawancara langsung kepada pihak BRISyariah

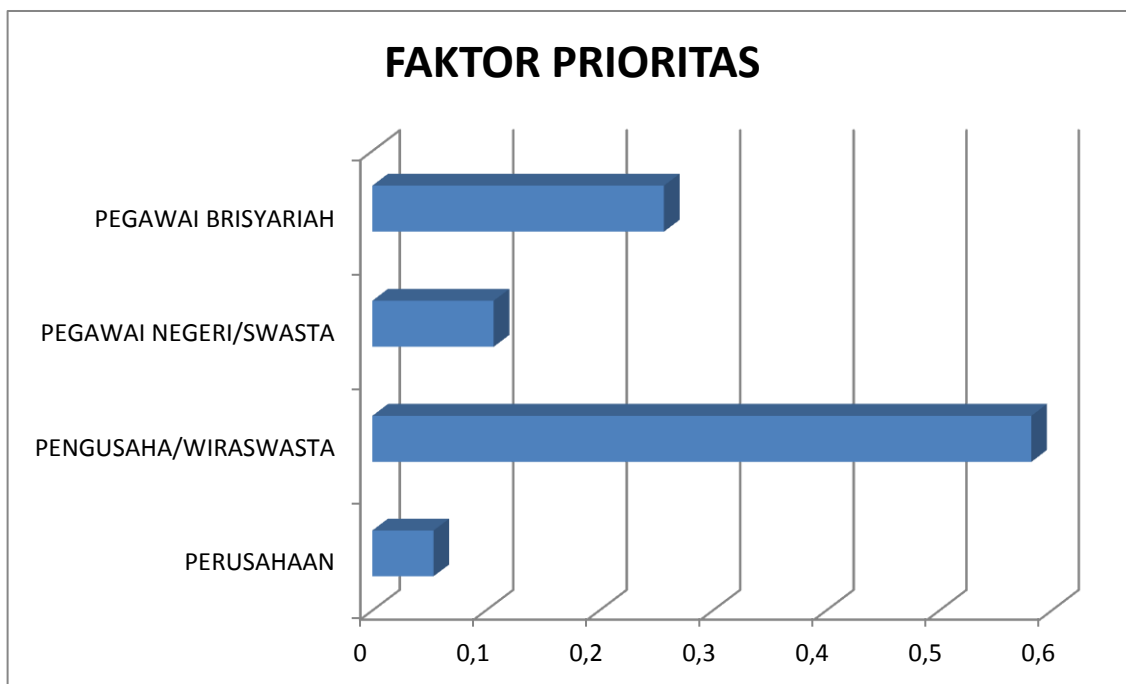
B. HASIL PENGOLAHAN DATA DENGAN METODE AHP

Penentuan produk prioritas ini dianalisis dengan menggunakan metode AHP (*Analysis Hierarchy Process*) dan diolah dengan software *Expert Choice 11*. Tujuan alternatif dan kriteria yang digunakan dalam AHP dirumuskan berdasarkan hasil survei dan diskusi dengan *keyperson* yang berkompeten terhadap pengembangan kawasan kopi Lampung Barat. *Keyperson* yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang.

Berdasarkan hasil pengolahan data berdasarkan criteria faktor dapat dilihat bahwa factor yang paling utama berpengaruh terhadap pendanaan di BRISyariah Metro adalah margin bagi hasil (0,595), di urutan kedua fasilitas yang didapatkan pelanggan (0,236), urutan ketiga yaitu setoran awal (0,117) dan yang terakhir biaya penutupan rekening (0,053). Berikut gambar hasil pengolahan kriteria factor, sebagai berikut :

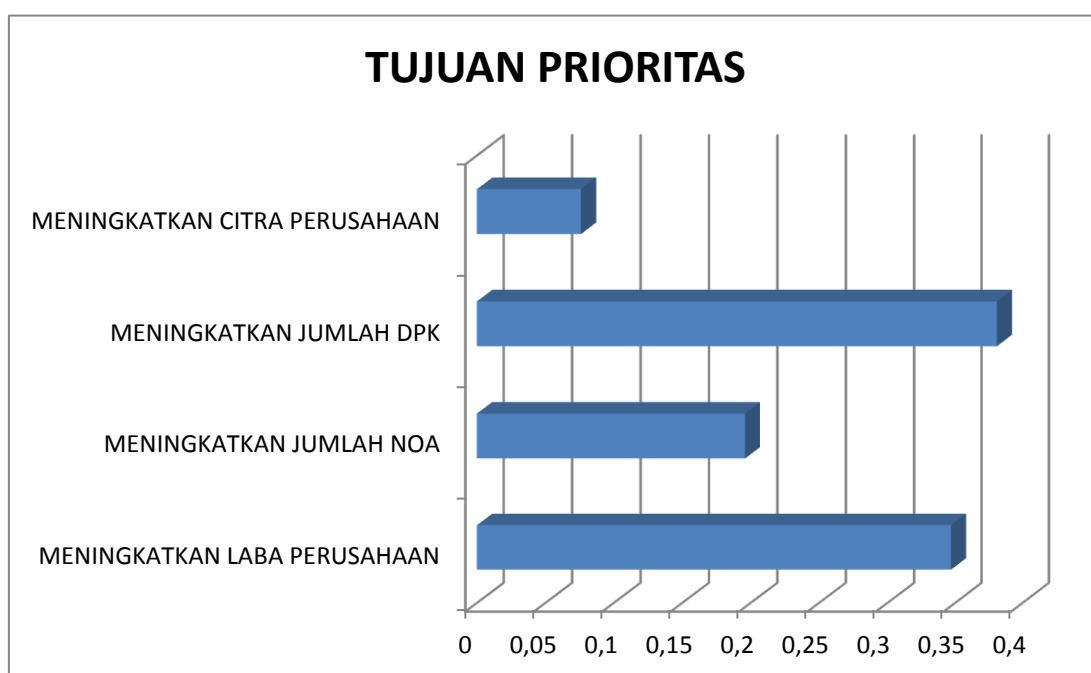


Gambar 2. Faktor Prioritas



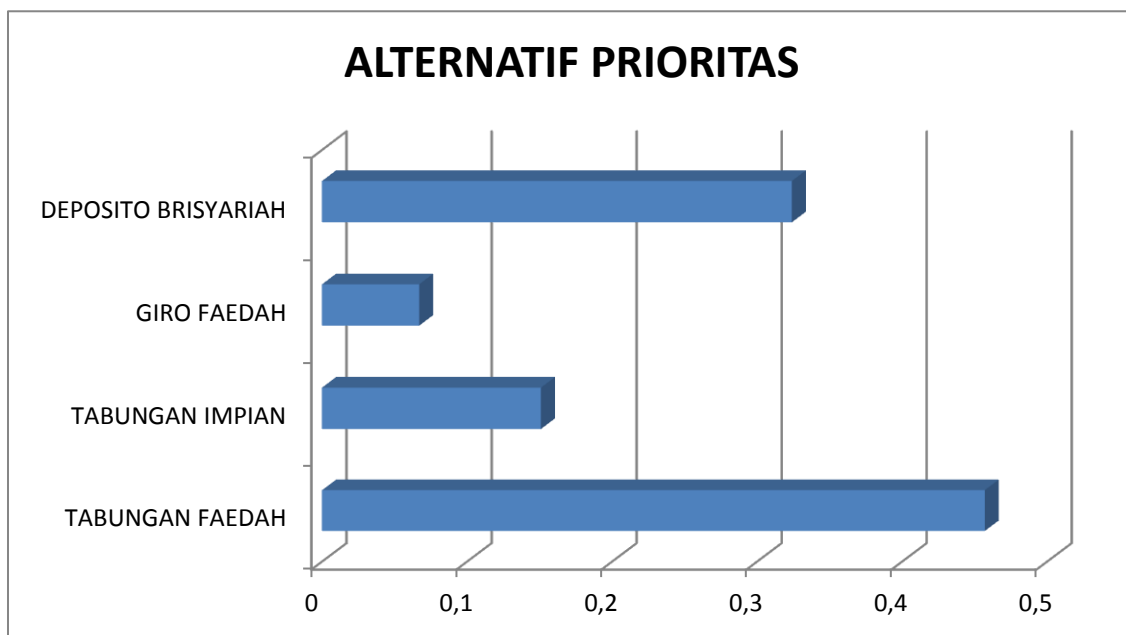
Gambar 2. Aktor Prioritas

Dari gambar diatas aktor yang berpengaruh yaitu Pengusaha/Wiraswasta dengan hasil perhitungan 0,582 (58,2%). Karena keberhasilan suatu perbankan bukan hanya dari banyaknya nasabah yang menabung tetapi juga banyaknya nominal atau dana yang ditempatkan oleh nasabah tersebut. Selain nasabah, pegawai bank juga merupakan factor penentu yang penting dalam mempromosikan adan menginfokan tentang produk perbankan yang dimiliki bank tersebut, dengan perhitungan AHP pengaruh pegawai bank di urutan no dua dengan nilai hasil pengolahan sebesar 0,257 (25,7 %). Actor berpengaruh pada urutan ketiga yaitu pegawai negeri / pegawai swasta dengan nilai perhitungan 0,054 (5,4 %).



Gambar 3. Tujuan Prioritas

Dari hasil pengolahan prioritas tujuan perusahaan yang utama yaitu meningkatkan jumlah dana pihak ketiga (DPK) dengan nilai hasil 0,381 (38.1 %) yang hal ini sesuai dengan aktor prioritas yang terpilih bahwasanya meningkatkan dana jumlah DPK sangat dibantu oleh kuantitas dana yang di tabung oleh pengusaha/wiraswasta. Di urutan kedua tujuan prioritas yaitu meningkatkan laba perusahaan dengan nilai faktor prioritas sebesar 0,347 (34,7 %). Posisi ketiga factor prioritas yaitu meningkatkan *jumlah number of account* (NOA) atau jumlah penabung di bank yaitu dengan nilai faktor priritas sebesar 0,196 (19,6 %) dan urutan terakhir faktor prioritas yaitu meningkatkan citra perusahaan dengan nilai faktor prioritas sebesar 0,076.

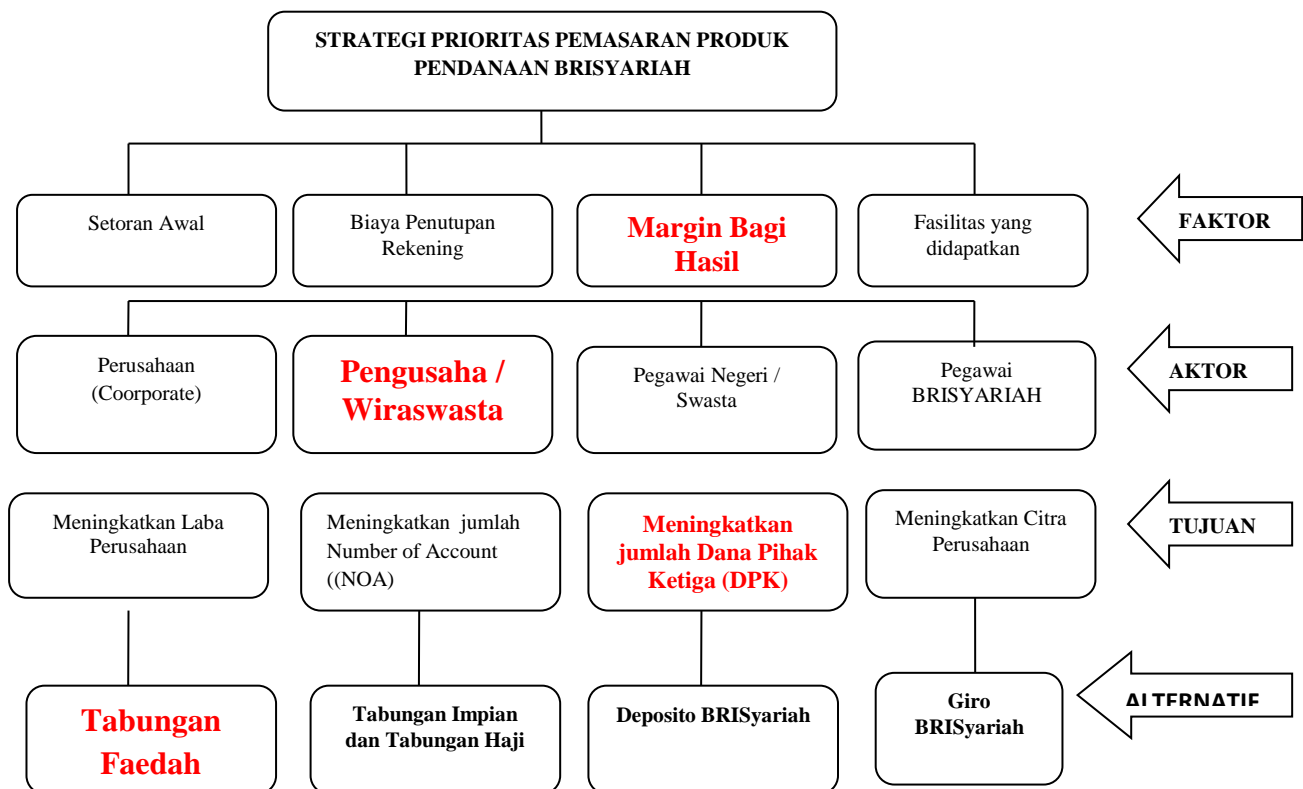


Gambar 4. Alternatif prioritas

Tabel 3. Perengkingan Prioritas Pemasaran

Nama Produk	Nilai Faktor Prioritas	Rangking
Deposito BRISyariah	0,324 (32,4 %).	2
Giro Faedah	0,067 (6,7 %).	4
Tabungan Impian	0,151 (15,1 %)	3
Tabungan Faedah	0,457 (45,7 %)	1

Dari hasil pengolahan alternatif proritasi pemasaran produk pendaan Bank BRISyariah dengan metode AHP didapatkan hasil bahwa prioritas pemasaran pertama yaitu produk tabungan faedah dengan nilai faktor prioritas sebesar 0,457 (45,7 %). Prioritas pemasaran kedua yaitu deposito BRISyariah dengan nilai pengolahan faktor prioritas sebesar 0,324 (32,4 %). Hasil prioritas yang ketiga yaitu tabungan impian dengan nilai 0,151 (15,1 %) dan prioritas yang terakhir yaitu Giro Faedah dengan nilai perhitungan faktor prioritas sebesar 0,067 (6,7 %). Berikut merupakan gambar rule hal apakaha yang prioritas berpengaruh terhadap tujuan dan pemasaran dari bank BRISyariah KCP Metro Lampung.



Gambar 5. Prioritas Hierarkhi

KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan prioritas dengan metode AHP, dapat disimpulkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan dana pihak ketiga (DPK) di Bank BRISyariah KCP Metro adalah Margin Bagi Hasil yang tinggi. Akktor yang berperan terhadap peningkatan DPK adalah Pengusaha/ Wiraswasta. Tujuan prioritas yang akan dicapai adalah Menibgkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) dan prioritas dalam penjualan bagi Bank BRISyariah KCP Metro adalah Tabungan Faedah. Tabungan ini mempunyai manfaat dan fasilitas yang dapat menjawab kebutuhan dari nasabah. Disamping fasilitas biaya administrasinya yang rendah, tabungan FAEDAH juga memiliki fasilitas lain seperti ATM, Mobile Banking, Internet Banking dan lain lain.

REFERENSI

- Putra Alkhairi & Agus Perdana Windarto. Analisis dalam Menentukan Produk BRISyariah Terbaik Berdasarkan Dana Pihak Ketiga Menggunakan AHP. CESS (Journal Of Computer Engginersy System and Science) Vol 3 No.1 Januari 2018
- Kusumadewi, S., 2006, Fuzzy Multi-Atribute decision Making. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Saaty, T.L. 2001, Decision Making for Leaders, Fourth Edition, University of Pittsburgh, RWS Publication

Prasetyo, Tri Ferga. *Sistem Pendukung Keputusan Mahasiswa Berprestasi Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp)*. (studi Kasus: Universitas Majalengka). Jurnal J-Ensitem. 2 (1) 47-49

www.Brisyariah.co.id (Diakses tanggal 26 Maret 2018)

<https://finance.detik.com/moneter/d-3463764/aset-bank-syariah-5-dari-konvensional-ketua-ojk-belum-puas> (Diakses tanggal 26 Maret 2018)